

日 本 国 特 許 庁 PCT/JP03/01206
JAPAN PATENT OFFICE

06.02.03

別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office

REC'D 04 APR 2003	
WIPO	PCT

出 願 年 月 日
Date of Application:

2002年 8月23日

出 願 番 号
Application Number:

特願2002-244407

[ST.10/C]:

[JP2002-244407]

出 願 人
Applicant(s):

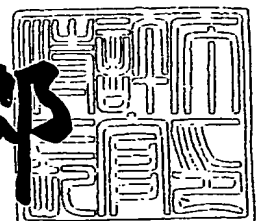
株式会社アクセルリンケージラボ

PRIORITY DOCUMENT
SUBMITTED OR TRANSMITTED IN
COMPLIANCE WITH
RULE 17.1(a) OR (b)

2003年 3月18日

特 許 庁 長 官
Commissioner,
Japan Patent Office

太田信一郎



出証番号 出証特2003-3018067

【書類名】 特許願

【整理番号】 ALL02-01

【提出日】 平成14年 8月23日

【あて先】 特許庁長官殿

【国際特許分類】 G06F 15/21

【発明の名称】 販促ポイント交換取引方法及びシステム

【請求項の数】 17

【発明者】

 【住所又は居所】 東京都中央区日本橋3丁目14番1号 株式会社アクセ
 ルリンケージラボ内

 【氏名】 柳 政壮

【特許出願人】

 【識別番号】 399029352

 【氏名又は名称】 株式会社アクセルリンケージラボ

【代理人】

 【識別番号】 100106851

 【弁理士】

 【氏名又は名称】 野村 泰久

 【電話番号】 03-3238-0158

【手数料の表示】

 【予納台帳番号】 041391

 【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

 【物件名】 明細書 1

 【物件名】 図面 1

 【物件名】 要約書 1

 【包括委任状番号】 9905598

【プルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 販促ポイント交換取引方法及びシステム

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 販売促進用電子流通単位（ポイント）を流通させるための電子流通方法であって、ユーザによる端末操作に対し、設定されているポイント発行条件又はポイント消費条件に基づき、電子流通単位であって、所定の店舗毎、メーカー毎又はそれらのグループ毎に発行され、それらの中で流通する販売促進用ポイントを発行又は消費し、上記ポイントの発行条件と消費条件、上記ポイントの発行履歴と消費履歴、をそれぞれ管理する販促ポイント発行・消費手段と、該ポイントを、前記所定の店舗、メーカー又はそれらのグループ内のみならずより広範囲に流通するポイントとして機能させるための販促ポイント交換取引手段とを備え、該販促ポイント交換取引手段は、ポイントを発行する店舗、メーカー又はそれらのグループが任意に設定する自分又は自分のグループで消費されるポイントの基準価格と、ポイントを発行する店舗、メーカー又はそれらのグループが任意に設定する自分又は自分のグループで消費されるポイントと自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントとの交換比率とを管理し、ユーザの要求に応じ、ユーザの求める商品・サービスとの交換に必要なポイント数を、前記基準価格および交換比率をもとに算出して交換取引を行う過程を含むことを特徴とする電子流通方法。

【請求項 2】 前記自分又は自分のグループで消費されるポイントと前記自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントの基準価格との交換比率が、商品・サービスを提供する企業・店舗毎、または商品・サービス毎に設定可能であることを特徴とする、前記請求項 1 に記載の電子流通方法。

【請求項 3】 前記ポイントの交換比率が、さらに季節等の時間・期間やポイントを消費する会員（ユーザ）の属性によっても設定可能であることを特徴とする、前記請求項 2 に記載の電子流通方法。

【請求項 4】 前記ポイントの交換比率が、前記販促ポイント発行・消費手段の情報入出力装置等からいつでも変更可能であり、また変更された交換比率がリアルタイムで前記ポイントの交換取引に反映されることを特徴とする、前記請

求項 1～3 の内、いずれか 1 項に記載の電子流通方法。

【請求項 5】 前記ユーザによる端末操作が、商品又は景品を注文するホームページに対するアクセス操作であることを特徴とする、前記請求項 1～4 の内、いずれか 1 項に記載の電子流通方法。

【請求項 6】 前記ポイントが、広告ホームページやバナー等へのアクセス等によって得られるポイントをも含むことを特徴とする、前記請求項 5 に記載の電子流通方法。

【請求項 7】 販売促進用電子流通単位（ポイント）を流通させるための電子流通システムであって、ユーザによる端末操作に対し、設定されているポイント発行条件又はポイント消費条件に基づき、電子流通単位であって、所定の店舗毎、メーカー毎又はそれらのグループ毎に発行され、それらの中で流通する販売促進用ポイントを発行又は消費し、上記ポイントの発行条件と消費条件、上記ポイントの発行履歴と消費履歴、をそれぞれ管理する販促ポイント発行・消費手段と、該ポイントを、前記所定の店舗、メーカー又はそれらのグループ内のみならずより広範囲に流通するポイントとして機能させるための販促ポイント交換取引手段とを備え、該販促ポイント交換取引手段は、ポイントを発行する店舗、メーカー又はそれらのグループが任意に設定する自分又は自分のグループで消費されるポイントの基準価格と、ポイントを発行する店舗、メーカー又はそれらのグループが任意に設定する自分又は自分のグループで消費されるポイントと自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントとの交換比率とを管理し、ユーザの要求に応じ、ユーザの求める商品・サービスとの交換に必要なポイント数を、前記基準価格および交換比率をもとに算出して交換取引を行う過程を含むことを特徴とする電子流通システム。

【請求項 8】 前記自分又は自分のグループで消費されるポイントと前記自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントの基準価格との交換比率が、商品・サービスを提供する企業・店舗毎、または商品・サービス毎に設定可能であることを特徴とする、前記請求項 7 に記載の電子流通システム。

【請求項 9】 前記ポイントの交換比率が、さらに季節等の時間・期間やポイントを消費する会員（ユーザ）の属性によっても設定可能であることを特徴と

する、前記請求項 8 に記載の電子流通システム。

【請求項 10】 前記ポイントの交換比率が、前記販促ポイント発行・消費手段の情報入出力装置等からいつでも変更可能であり、また変更された交換比率がリアルタイムで前記ポイントの交換取引に反映されることを特徴とする、前記請求項 7～9 の内、いずれか 1 項に記載の電子流通システム。

【請求項 11】 前記ユーザによる端末操作が、商品又は景品を注文するホームページに対するアクセス操作であることを特徴とする、前記請求項 7～10 の内いずれか 1 項に記載の電子流通システム。

【請求項 12】 前記ポイントが、広告ホームページやバナー等へのアクセス等によっても得られるポイントをも含むことを特徴とする、前記請求項 11 に記載の電子流通システム。

【請求項 13】 前記請求項 1 記載の方法または前記請求項 7 記載のシステムにおいて、前記販促ポイント交換・取引手段が、ポイントを発行する店舗、メーカー又はそれらのグループが任意に設定する自分又は自分のグループで消費されるポイントの基準価格と、ポイントを発行する店舗、メーカー又はそれらのグループが任意に設定する自分又は自分のグループで消費されるポイントと自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントとの交換比率とを管理し、ユーザの要求に応じ、ユーザの求める商品・サービスとの交換に必要なポイント数を、前記基準価格および前記交換比率をもとに算出して交換取引を行う処理を、実行可能なプログラムとして記憶した記憶媒体。

【請求項 14】 前記請求項 1 記載の方法または請求項 7 記載のシステムにおいて、前記販促ポイント発行・消費手段の情報入出力装置等によって随時変更された前記ポイントの交換比率が、前記販促ポイント交換・取引手段によりリアルタイムで前記ポイントの交換取引に反映される処理を含む、実行可能なプログラムを記録した記録媒体。

【請求項 15】 前記交換比率を含む消費条件に基づくユーザのポイント時価見積をユーザ端末に表示し、ユーザが該表示内容を見ながら商品・サービスの購入等に必要な消費ポイントの指定ができるようにした処理を含むことを特徴とする、前記請求項 14 に記載の実行可能なプログラムを記録した記録媒体。

【請求項16】 前記ポイントを原資とする、各種ゲームホームページ、クイズホームページ等を設け、前記ポイントを参加権とする上記ゲームへの参加により得られる懸賞が上記ポイントで参加者に還元されることを特徴とする前記請求項1記載の電子流通方法。

【請求項17】 前記ポイントを原資とする、各種ゲームホームページ、クイズホームページ等を設け、前記ポイントを参加権とする上記ゲームへの参加により得られる懸賞が上記ポイントで参加者に還元されることを特徴とする前記請求項7記載の電子流通システム。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】

本発明は、一般的に発行される販売促進等を目的としたポイント（割引券、利用券、スタンプ等）、特に、より利便性の高い、改善されたネット上のポイント流通サービスの管理・運営技術に関する。

【0002】

【従来技術】

従来、販売促進等を目的として、特定の商店街又は特定のメーカ等において、ユーザによる商品の購入時に、割引券又は商品購入チケット等を配布し又はスタンプを押印すること等がよく行われている。ユーザは、次回のその店舗での買い物において、そのような割引券等（以下、販促ポイント、又は単にポイントという）を使用することにより、購入金額の割引を受けることができる。

【0003】

このような販促ポイントサービスは、期間や商品を限定することにより、ユーザの購買意欲を増大させ、販売促進効果を生み出すことができる。

また、近年のインターネット等のコンピュータネットワークの普及により、例えばインターネット上のバーチャルモール等でのオンラインショッピングにおいて、各商品のWeb購入フォーム等を用いた注文時に、サーバコンピュータが、上述のような割引券等に相当する販促ポイントを発行し、それをユーザ毎にデータベースとして管理する従来技術も知られている。ユーザは、次回のオンライン

ショッピング時に、例えばユーザIDを入力することにより、自分に対して発行されている販促ポイント分の割引を受けることができる。

【0004】

しかし、このような従来技術においては、販促ポイントの利用範囲は一般的に限定されており、発行店舗・メーカーのみにおいて、商品と交換したり、主催する懸賞に応募できたりするにすぎず、それにより発揮される販売促進効果も固定的であるという問題点を有していた。

【0005】

これを解決する手法として、同じ出願人は、ネット上で流通する販売促進用の電子チップを提案している。（国際公開公報WO99/60501参照。）

また、これを発展させたものとして、消費範囲の限定されたポイントを買って他のもっと広域の消費範囲で消費可能にするシステムも提案している。（特開2001-229273号公報参照。）

しかし、上記提案のポイント買い取りシステムは、固定された店舗やメーカーに縛られずより自由な販促ポイントの消費ができる画期的なものではあるが、ポイントの下取り交換比率は固定されており、より柔軟な運用が個別の店舗やメーカー毎になされる方が販売戦略上有利である。

【0006】

【発明が解決しようとする課題】

本発明の課題は、従来より一層柔軟かつ強力な販売促進効果を発揮することのできる、利便性の高い、販促ポイントの電子流通機能を実現することにある。

【0007】

【課題を解決するための手段】

本発明は、電子流通単位を流通させるための電子流通方法又はシステムを前提とする。本発明の販促ポイント交換取引方法およびシステムは、ユーザの端末操作に対し、店舗、メーカー又はそれらのグループ毎の所定の発行条件・消費条件に基づいて販売促進用のポイントを発行・消費する販促ポイント発行・消費手段（図2の販促ポイント発行・消費サーバシステム200）と、該ポイントを、より広範囲に流通するポイントとして機能させるための、販促ポイント交換取引手段（

図 2 の販促ポイント交換取引センタ 211) とを備える。該販促ポイント交換取引手段は、前記ポイントを発行する店舗、メーカー又はそれらのグループが任意に設定する前記ポイントの基準価格と、該店舗、メーカー又はそれらのグループが任意に設定する、自分又は自分のグループで消費されるポイントと自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントとの交換比率とを管理し、ユーザの要求に応じ、ユーザの求める商品・サービスとの交換に必要なポイント数を前記基準価格および交換比率をもとに算出して、これをもとに販促ポイントの交換取引を行なう。

【0008】

本発明ではまず、ユーザによる、本販促ポイント交換取引サービス加入業者（店舗又はメーカー又はそれらのグループ）の製品・サービス等の購買や利用行為のための端末操作に対し、設定されているポイント発行条件又はポイント消費条件に基づき、電子流通単位であって所定の店舗又はメーカー毎又はそれらのグループ毎に発行されそれらの中で流通するポイント（販促ポイント）が、発行又は消費される。この端末操作は、所定の店舗等での商品等の購買動作に限定して行われる販促ポイント等の発行又は消費操作である。前記ユーザによる端末操作は、ユーザ宅内のインターネットに接続されたパーソナルコンピュータ（以下PC）から、商品又は景品を注文するホームページに対するアクセス操作であってもよく、さらに前記ポイントは、広告ホームページやバナー等へのアクセス等によっても得られるポイントをも含む。このことにより、ポイント獲得が商品購入等の有料の行為でなく、バナーを見る等の広告閲覧時にも得ることができるので、広告閲覧の促進を図ることができると同時に、本来のポイント利用への動機付けが促進される。ユーザはこれらの行為を繰り返し行なうことにより、販促ポイントを蓄積することができる。この、電子流通単位を流通させるための電子流通方法又はシステムは、本出願人が先に提案した、国際公開公報 W O 99/60501 記載の発明により実現されるものである。

【0009】

次に、ユーザは、本販促ポイント交換取引システムを利用して行われる販促ポイント交換取引サービスの加入業者の商品・サービス等の中で自分の欲しいもの

が、既に蓄積した前記所定の店舗又はメーカー又はそれらのグループ毎に発行されそれらの中で流通するポイント（販促ポイント）を使い、該販促ポイント交換取引サービスによって購入（ポイントとの交換）可能かどうかの見積もりを取るための端末操作を行なう。

【0010】

一方、前記ポイントを発行する店舗又はメーカー又はそれらのグループは、別途自分又は自分のグループで消費されるポイントの基準価格を定めると共に、前記自分又は自分のグループで消費されるポイントと前記自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントの基準価格との交換比率を、それぞれの販売戦略に従って任意に設定し、本販促ポイント交換取引センタの販促ポイント交換システムに登録する。

【0011】

前記ポイントとの交換比率は、商品・サービスを提供する企業・店舗毎、または商品・サービス毎に設定可能であり、このことにより、本来の販促ポイントの目的である自社商品・サービスの再購入や再利用にユーザを誘導することができる。

【0012】

前記ポイントの交換比率は、さらに季節等の時間・期間やポイントを消費する会員（ユーザ）の属性によっても設定可能である。このことにより、上記ユーザの販売誘導をさらにきめ細かく行うことが可能となる。

【0013】

さらに、前記ポイントの交換比率はいつでも変更可能であり、また該比率の変更はリアルタイムで前記ポイントの発行や消費に反映される。

また、前記ポイントの還元引当金を懸賞原資として各種ゲームホームページ、クイズホームページ等を設け、少額の前記ポイントを参加権とする前記ゲーム等への参加により得られる懸賞としてポイントを参加者に還元すれば、ユーザにはゲーム等を通してポイントが増える楽しみが生じ、ポイントの利用を促進することができる。これは、特にユーザの手元に死蔵されがちな少額ポイントの利用を促進し、ポイントの有用性を高める効果がある。

【 0 0 1 4 】

ユーザからの見積り要求を受けた販促ポイント交換取引センタは、同センタ内の販促ポイント交換サーバシステムが管理する、見積もりを要求されている商品・サービスのポイント基準価格、ポイントとの交換比率、所定の店舗毎又はメーカー毎又はそれらのグループ毎のユーザ保有ポイント残高などのデータを参照して、当該商品の時価とユーザ保有ポイント残高の時価などの情報を、見積り結果としてユーザ端末に表示する。ユーザはこの情報をもとに必要ポイントを商品に交換するか否かを判断し、交換すると決めた場合はポイント利用の指示を販促ポイント交換取引センタに通知する。該センタはこの指示に従って、当該商品・サービスを提供する事業者に対して発注指示と代金（ポイント）支払い処理とを行ない、その結果をユーザに通知すると共に、この販促ポイント交換取引の結果に従って所定の店舗毎又はメーカー毎又はそれらのグループ毎のユーザ保有ポイント残高データを更新し、各ユーザおよび各事業者に通知すると共に、該センタ内の販促ポイント交換サーバシステムに保存する。

【 0 0 1 5 】

【発明の実施の形態】

上記一連の手段により本発明の課題が解決されるのであるが、以下、図面を参照しながら、本発明の好適な実施の形態について詳細に説明する。

【 0 0 1 6 】

図1は本発明の販促ポイント交換取引システムにおける処理の流れを示したものである。本発明の販促ポイント交換取引システムは、同図に示すように、商品・サービスの購入者であり本販促ポイント交換取引システムの利用者でもある会員（もしくはユーザ）100、本販促ポイント交換取引システムによる販促ポイント交換取引サービスへの加盟事業者101、および本販促ポイント交換取引システムのオペレータである販促ポイント交換取引センタ102によって運用される。ここで加盟事業者101は店舗、メーカー、およびゲーム事業者などの商品・サービス提供事業者を指し、インターネットWeb上での商品・サービス提供事業者をも含む。

【 0 0 1 7 】

また、図2は本発明の販促ポイント交換取引システムの実施の形態の構成を示すものである。

まず説明の簡単のため、本販促ポイント交換取引システムの会員になろうとするユーザは、所定の店舗又はメーカ又はそれらのグループ内のみで通用する販促用電子ポイントの発行・消費システムを既に持つ（あるいはそのようなシステムに既に参加している）商品・サービスの提供事業者の提供する、販促ポイント発行・消費サービスにあらかじめ加入しているものとする。

【0018】

このような、所定の店舗又はメーカ毎又はそれらのグループ内のみで通用する販促用電子ポイントの発行・消費システムは、先述の本願出願人による別の発明（国際公開公報W099/60501）により実現される。図2には、このような販促用電子ポイントの発行・消費システムの具体的な構成例としての、販促ポイント発行・消費サーバシステム200を同時に示す。この販促ポイント発行・消費サーバシステム200は、たとえば図2に例示するようにサーバ206、記憶装置207、情報入出力装置208、ルータ204、およびLAN 205により構成できるが、本発明は必ずしもこの構成に限定するものではなく、たとえば記憶装置やルータ、LANの、全部あるいは一部がサーバ本体と一体化されていたり、サーバが汎用のPCであったりしてもよい。なお、このシステムの詳細な動作原理・特徴については上記の別発明の中で詳述しているので、ここでは省略する。

【0019】

図1の手順103に示すように、本販促ポイント交換取引システムのユーザ100が加盟事業者101の商品・サービスを、その加盟事業者の店舗、或いは他の加盟事業者の店舗で購入すると、その購入額に対する一定割合の金額に相当する流通単位である販促ポイントが、ユーザに対して発行される。

【0020】

この手順を図2の実施の形態の構成によって具体的に示すと、たとえば実際の店舗201で商品・サービスを購入する場合、次のようになる（ユーザ宅209内のPC 210のWeb画面上で購入する場合も手順は同様）。まず店舗201に設置された販促ポイントクライアント装置202において、店員又はユーザ自身が、ユーザID（新

規の場合は新規発行する)を入力し、売上金額を上記店員の手入力、またはネット購買の場合のユーザ操作に応じて自動的に入力すると、それらのデータはインターネット203、事業者(所定の店舗又はメーカ又はそれらのグループ)の販促ポイント発行・消費サーバシステム200内のルータ204およびローカルエリアネットワーク(LAN)205を経由して、販促ポイント発行・消費サーバシステム200内のサーバ206に転送される。サーバ206は、そのユーザIDに対して、その売上金額に対する一定割合の金額に相当する流通単位である販促ポイントを、あらかじめ定められたポイント発行条件に従って発行し、販促ポイント発行・消費サーバシステム200内の記憶装置207に累積する。このときユーザは、これまでに貯めたポイントを使って商品・サービス購入価格の割引を受けることももちろん可能であり、その場合は、あらかじめ定められたポイント消費条件に従ってポイントを使用した後の購入価格、購入後のポイント残高などがサーバ206によって計算され、その結果は店舗201内の販促ポイントクライアント装置202に表示されると共に、販促ポイント発行・消費サーバシステム200内のサーバ206に更新・保存される。なお、販促ポイントの上記発行履歴・消費履歴は、販促ポイントの発行条件および消費条件と共に、販促ポイント発行・消費サーバシステム200内のサーバ206で管理され、記憶装置207に保存される。

【 0 0 2 1 】

以上は、所定の店舗又はメーカ又はそれらのグループ内に限定されて提供される販促用電子ポイントの発行・消費サービスであり、このサービスは図2において、店舗201に置かれる販促ポイントクライアント装置202またはユーザ宅209に置かれるPC210と事業者の販促ポイント発行・消費サーバシステム200とが、インターネット203を介してデータを通信し合うことで実現されるものであるが、本発明では、図2においてこの構成に、新たに販促ポイント交換取引センタ211をインターネット203を介して接続する。この全体の構成により、店舗201に置かれる販促ポイントクライアント装置202またはユーザ宅209に置かれるPC210、および事業者の販促ポイント発行・消費サーバシステム200が、インターネット203を介して販促ポイント交換取引センタ211とデータを通信し合うことにより、目的とする販促ポイント交換取引サービスが実現される。なお、この販促ポイント

交換取引センタ211は、図2の構成例ではサーバ215、記憶装置216および情報入出力装置217から成る販促ポイント交換サーバシステム214、ルータ212、およびLAN 213によって構成されるが、本発明はこの構成に限定されるものではなく、たとえば記憶装置やルータ、LANの、全部あるいは一部がサーバ本体と一体化されていたり、サーバが汎用のPCであったりしてもよい。

【0022】

図1において、本販促ポイント交換取引サービスを受けようとするユーザ（消費者）は、まず本システムへの会員登録を行なう（図1の手順①）。ユーザはこの登録を、たとえば、店舗（図2の201）におかれた販促ポイントクライアント装置202、あるいはユーザ宅内に置かれた販促ポイントクライアント装置（実際にはインターネットに接続されたPC 210）に表示されるWebブラウザ画面上で、画面に示される指示に従って入力することにより実行できる。販促ポイントクライアント装置201あるいはPC 210は、インターネット203、および販促ポイント交換取引センタ211内のルータ212およびLAN 213を通じて販促ポイント交換サーバシステム214に接続されており、上記入力プロセスは、販促ポイント交換サーバシステム214と、販促ポイントクライアント装置202またはPC 210との間での、データの授受によって実行される。すなわち販促ポイントクライアント装置202またはPC 210に表示される入力画面は図2の販促ポイント交換サーバシステム214のサーバ215によって作成され、LAN 213、ルータ212、インターネット203を通じて、販促ポイントクライアント装置202またはPC 210に送られる。

【0023】

図3は会員登録の際に表示される販促ポイントクライアント装置202またはPC 210の画面の例であり、図1の画面(A)の具体例である。図3画面における「入会時、登録項目」300は、まずユーザが本販促ポイント交換取引システムの会員になるためのプロフィールデータとして必要な登録項目であり、「加盟ポイントサービス登録」301は、会員がポイント交換サービスを受けることを希望する商品・サービス提供事業者についての情報を、システム登録しておくために必要名入力項目である。

【0024】

一方本販促ポイント交換取引システムによるポイント交換取引サービスに参加を希望する事業者(図1の101)は、まず本サービスへの加盟時に事業者情報を本システムに登録する(図1の画面(B))。図4はその登録の際の入力画面として、本販促ポイント交換取引システムが提供する画面の具体例である。同図において、「商品サービス事業者登録項目」400は、まず加盟事業者になるためのプロフィールデータとして必要な登録項目であり、「商品・サービス登録項目」401は、加盟事業者として提供する商品・サービスの内容についての情報である。

【0025】

加盟事業者には、自らの商品・サービスを販売し、かつ販促ポイントを自ら発行する事業者(図1において101のA事業者、B事業者、C事業者)と、商品・サービスは提供するが自らは販促ポイントを発行しない事業者(図1において101のD事業者、E事業者)とがあるため、図4の登録画面はいずれの事業者にも対応できるようにしてある。

【0026】

図4の画面は、図2の販促ポイント交換サーバシステム214のサーバ215によって作成され、LAN 213、ルータ212、インターネット203を通じて加盟事業者に送られる。加盟事業者自らが図2の販促ポイント発行・消費サーバシステム200を所有・運用している場合は、この画面情報は販促ポイント発行・消費サーバシステム200のルータ204、LAN 205を介してサーバ206に送られ、情報入出力装置208の表示画面に表示されるので、加盟事業者は画面の指示に従って、この情報入出力装置208から必要情報を入力する。

【0027】

自ら販促ポイントを発行するが、図2の200のような販促ポイント発行・消費サーバシステムを自らは所有・運用せずに他の事業者または他の専用オペレータ(本発明の販促ポイント交換取引センタ211のオペレータがこの専用オペレータを兼ねる場合を含む)の販促ポイント発行・消費サーバシステムのサービスに依存する事業者、あるいは自ら販促ポイントは発行せず商品・サービスの販売のみを行う事業者は、店舗に置かれる販促ポイントクライアント装置(図2の202)と同様な専用装置、あるいはユーザ宅に置かれるPC(図2の210)と同様な、イ

ンターネットに接続されたPCによって登録画面を受け取り、同画面上で必要情報を入力する。

【 0 0 2 8 】

なお、本発明の販促ポイント交換取引センタ211のオペレータが販促ポイント発行・消費サーバシステム200の専用オペレータをも兼ねる場合は、図2のように販促ポイント発行・消費サーバシステム200をわざわざインターネット203とルータ212を介して販促ポイント交換取引サーバシステム214に接続するのではなく、販促ポイント発行・消費サーバシステム200を直接販促ポイント交換取引サーバシステム214のLAN 213に収容する構成であってもよい。またその場合、販促ポイント発行・消費サーバシステム200と販促ポイント交換取引サーバシステム214とを物理的に独立な2つのシステムとして構成するのではなく、たとえば物理的には販促ポイント交換取引サーバシステム214ひとつに統合して、その中のひとつあるいは複数のモジュールとして販促ポイント発行・消費サーバシステム200の機能を持たせても良いし、また逆に、既存の販促ポイント発行・消費サーバシステム200の中に、ひとつあるいは複数のモジュールとして販促ポイント交換取引サーバシステム214の機能を持たせるように拡張することで実現してもよい。

【 0 0 2 9 】

図1 (B)の画面を通じて加盟登録を済ませた事業者は、以後随時、自分の商品・サービスをユーザに宣伝する商品モール画面を、本販促ポイント交換取引センタ(図2の211)の販促ポイント交換サーバシステム214を通じて、会員に送付することができる。

【 0 0 3 0 】

また加盟登録後の随時、販促ポイントを発行する事業者は、自分の発行する販促ポイントに関する必要情報、すなわちポイントレートテーブルを、販促ポイント交換取引センタ211内の販促ポイント交換サーバシステム214に登録する(図1の(C))。このときの登録画面の例を図5および図6に示す。

【 0 0 3 1 】

登録の具体的な手順は加盟登録の場合と同様である。すなわち図5、6の画面は、図2の販促ポイント交換取引センタ211内の販促ポイント交換サーバシステ

ム214のサーバ215によって作成され、LAN 213、ルータ212、インターネット203を通じて加盟事業者に送られる。加盟事業者自らが図2の販促ポイント発行・消費サーバシステム200を所有・運用している場合は、これらの登録画面情報は販促ポイント発行・消費サーバシステムのルータ204、LAN 205を介してサーバ206に送られ、システムの情報入出力装置208の画面に表示されるので、加盟事業者は画面の指示に従って必要情報を入力する。

【0032】

なお、自らの販促ポイント発行・消費サーバシステム200を持たない事業者は、本販促ポイント交換取引システムへの事業者としての加盟登録の場合と同様に、店舗に置かれる販促ポイントクライアント装置（図2の202）と同様な専用装置、あるいはユーザ宅に置かれるPC（図2の210）と同様な、インターネットに接続されたPCに、図5、6の登録画面情報が販促ポイント交換取引サーバシステムから送付され、その表示装置画面上に表示されるので、その画面に従って必要情報を入力する。

【0033】

図5中500の「ポイント情報」は加盟事業者の販促ポイントサービスに関する基本的情報（ポイントサービス名称、発行条件、消費条件、サービスの特長、および基準交換価格など）である。同図501の「基準交換価格」とは、その加盟事業者が1ポイントを何円に相当させるかの基準交換レートである。また同図502の「加盟企業業種別レート設定」は、自分の発行したポイントが使用される商品・サービスを提供する加盟事業者の業種によって交換レートの設定を変えられる欄であり、たとえば自分と同一業種の事業者の商品・サービス購入に使われる場合はレートを低く設定し、また自分の商品・サービスの販売拡大につながるような他業種の事業者の商品・サービス購入に使われる場合はレートを高く設定するなど、加盟事業者は戦略的にレートの決定が行える。また各加盟企業業種別レートとしては、通常使用する標準レートと、一定の条件のもとで使用する設定レートの両方を登録することができる。

【0034】

図6中の600「商品・サービス個別事業者別レート設定」は、さらに詳細に、

自分以外の他事業者の商品・サービスの購入に自分の発行したポイントが使用される場合の交換レートを、個々の他業者毎に設定する欄であり、やはり通常使用する標準レートと、一定の条件のもとで使用する設定レートの両方を登録することができる。

【0035】

図6中の601「利用者別レート設定」は、あらかじめ用意された利用者（ユーザ）プロファイルの定義項目毎に、交換レートを設定する欄である。この設定により、事業者は自社の商品・サービスの反復購入者（優良顧客）を優遇したり、特定の販促キャンペーンに対するターゲットユーザを絞ったりするなど、販促戦略の巾を大きく広げることが可能となる。

【0036】

図5、図6の各画面で各加盟業者から随時入力された販促ポイントデータは、図2の販促ポイント交換取引サーバシステム214のサーバ215で各加盟業者毎の「加盟店ポイントレートテーブル」としてまとめられ、記憶装置216に保存される。このテーブルは新しい入力がある都度、更新される。

【0037】

会員が蓄積したポイントを商品・サービスの購入に使用するとき、各加盟事業者の蓄積ポイント毎に、 $(\text{蓄積したポイント数}) \times (\text{基準交換価格}) \times (\text{加盟事業者が設定する上記の各交換レートの積})$ で定まるポイント時価が、実際に使用できるポイント価値となる。

【0038】

図1の手順①により本販促ポイント交換取引システムの会員として登録されたユーザは、蓄積した販促ポイントを、本システムを通じて、本システム加盟事業者の商品・サービスの購入に使用することができる。加盟事業者の商品モール画面などで購入したい商品を決めたら、ユーザは保持するポイントの使い方を決めるために、その商品・サービスの時価見積もりを本販促ポイント交換取引システムに要求する（図1の手順②）。この要求の方法はユーザ登録の場合と全く同様に、図2における店舗内の販促ポイントクライアント装置202、またはユーザ宅内のPC 210から行なうことができる。

【 0 0 3 9 】

この要求に対して販促ポイント交換取引システム214のサーバ215は、各加盟事業者の販促ポイント発行・消費サーバシステム（図2の200）に問い合わせてこのユーザのそれぞれのポイント残高を確認し（図1の手順③-1）、自システムの記憶装置216が保管している加盟店ポイントレートテーブルを参照して各加盟店のこの商品およびこのユーザに対する交換レートを確認し（（図1の手順③-2））、その結果をもとにこのユーザが使用できるポイントの時価を計算して、ユーザに回答する（図1の手順④）。この見積回答画面（図1の（D））の例を図7に示す。

【 0 0 4 0 】

図7の例で、ユーザは「たこ焼きプレート」の購入（所有ポイントとの交換）を求めており、その時価は1,500円である。なお、この商品の価格等の情報は、先に説明した手順で、この商品のメーカーである加盟事業者があらかじめ本販促ポイント交換取引システム214に登録してあるものとする。このユーザは本販促ポイント交換取引サービスに加盟しているA社からH社までの8事業者の販促ポイントを所有しており、それぞれの事業者別のポイント保有残高は同図中「ポイント残高（交換前）」の列に示されている。各社が設定したポイントの基準交換価格、この商品の提供事業者（またはその業種）に対する交換レート、このユーザに対する交換レートは、各販促ポイント発行・消費事業者毎にそれぞれ図7の「商品レート」、「利用者レート」の列に示されている。たとえばC社のポイントを例にとれば、基準交換価格1（円/ポイント）、ポイント残高3,000ポイント、商品レート0.5、利用者レート0.8であるので、このユーザが現在所有するC社のポイントの時価は、 $1 \times 3,000 \times 0.5 \times 0.8 = 1,200$ 円となる。この値が図7中「時価」の列に示されている。同図の「利用ポイント時価」の列はこのユーザが判断して入力する欄であり、この例ではユーザはA社のポイント時価200円のうち100円、B社のポイント時価2,000円のうち400円、C社のポイント時価1,200円のうち1,000円を使って、時価1,500円のたこ焼きプレートを購入することを選択している。ユーザが図7の画面でこの「利用ポイント時価」の欄に上述のように入力することにより利用ポイントが決定され、図2の販促ポイント交換取引システム21

4に通知される（図1の手順⑤）。この選択を行って所有ポイントの一部を商品の購入に充てた後のこのユーザのポイント残高は、各加盟事業者毎に、図7の「ポイント残高（交換後）」の列に示されている。これは、たとえばC社のポイントを例にとれば、 $(1,200 - 1,000) / (0.5 \times 0.8) = 500$ ポイントの計算を、図2の販促ポイント交換取引システム214のサーバ215が行って、ユーザのPC画面に表示する。

【0041】

販促ポイント交換取引システム214のサーバ215は、ユーザによる利用ポイントの決定通知を受け取ったら、この商品（たこ焼きプレート）のメーカーである加盟事業者に対し商品の発注を行なう（図1の手順⑥-1）と共に、この販促ポイント交換取引により使用されたポイント数を各加盟事業者毎の交換前のポイント保有数から差し引いて、その結果を各加盟事業者に通知する処理、すなわち精算・代金回収処理を行う（図1の手順⑥-2）。一方、発注を受けた加盟事業者は商品をユーザに引き渡す（図1の手順⑦）。これと並行して、販促ポイント交換取引システム214のオペレータは、商品を提供した加盟事業者に対しその代金の支払いを行う（図1の手順⑧）。

【0042】

販促ポイント交換取引システム214のサーバ215は、各会員ユーザの、以上例示したような1回の販促ポイント交換取引毎に、そのポイント交換取引の詳細内容を種々のカテゴリで整理して、「ポイント交換取引データ」としてシステムの記憶装置216に保存する。ポイント交換取引データはこのような交換取引を各加入ユーザが行う都度蓄積される。この蓄積されたデータは、販促ポイント交換取引システム214のオペレータがサービスを維持・拡充する上での、あるいは本ポイント交換取引サービスの加盟事業者がその販促戦略を構築する上でのデータとして、有効活用することができる。図8は、このようなポイント交換取引データとして保存されるデータの例を示す。

【0043】

本発明の販促ポイント交換取引システムにおいては、ユーザが加盟事業者の商品・サービスの購入を通じて取得した販促ポイントを、電子ゲーム、アンケート

、クイズなどのイベントサービスを受けるための電子チケットに交換することもできる。図9は、本販促ポイント交換取引システムの会員であるユーザが、このようなイベントサービスの例としてゲーミングサービスを受ける時の、処理の流れを示すものである。また図2のゲームサーバシステム218は、このような電子ゲーム等をサービスとして提供する、本販促ポイント交換取引システムの加盟事業者のサービスシステムの構成例を示す。このゲームサーバシステム218は、たとえば図2に例示するようにサーバ219、記憶装置220、情報入出力装置223、ルータ222、およびLAN 221により構成できるが、本発明は必ずしもこの構成に限定するものではなく、たとえば記憶装置やルータがサーバ本体と一体化されていたり、サーバが汎用のPCであったりしてもよい。

【0044】

ユーザはまず、先に説明した販促ポイントと商品・サービスの交換取引の手順に従って、所有する販促ポイントを、ゲーム事業者の発行するゲーム参加用電子チケットに交換する。すなわち、図2の販促ポイントクライアント装置202あるいはPC 210を用いての、販促ポイント交換取引センタ211との所定のやり取りの後、ユーザは本販促ポイント交換取引サービスの加盟事業者であるゲーム事業者から、ゲーム参加用の電子チケットを受け取る（図1および図9の手順⑦）。ユーザはこのチケットを用いて、ゲーム事業者の提供するゲーム、アンケート、クイズ等のイベントに参加して（図9の手順I）、実際にプレーし（同図手順II）、その得点・回答内容等に応じた配当として電子チェックを受け取る（同図手順III）。ユーザは受け取った電子チェックを貯め、一定額になったら、ゲーム事業者が提供するWeb上の商品モール等で選んだ商品との交換を要求することができ（同図手順IV）、ゲーム事業者はその要求に応じてユーザに商品を渡す（同図手順V）。

【0045】

ゲーム事業者は、図2に例示したように、本販促ポイント交換取引サービスの加盟事業者として独立の事業者であってもよく、また本発明の販促ポイント交換取引センタ（図2の211）を運用するオペレータが兼務してもよい。後者の場合は、図2のようにゲームサーバシステム218がわざわざインターネット203とルー

タ222、212を介して販促ポイント交換サーバシステム214に接続される必要はなく、ゲームサーバシステム218が直接販促ポイント交換センタのLAN213に收容される構成をとってもよい。あるいは、販促ポイント発行・消費サーバシステム200とゲームサーバシステム214とを物理的に独立な2つのシステムとして構成するのではなく、たとえば物理的には販促ポイント交換取引サーバシステム214ひとつに統合して、その中のひとつあるいは複数のモジュールとしてゲームサーバシステム200の機能を持たせても良い。

【0046】

【発明の効果】

以上詳細に説明したように、本発明の販促ポイント交換取引方法およびシステムによれば、加盟する企業・店舗などの事業者は、自社の発行するポイントがユーザによって自社および他社の商品・サービスに交換されるときの変換比率を、随時、柔軟に設定することができる。これによりたとえば商品・サービスによってポイントの価値を変えることができ、自社商品・サービスの再購入・再利用にユーザを誘導することができる一方、他社商品・サービスの購入・利用を望むユーザの要求にも応えることができる。

【0047】

また本発明によれば、事業者は自社ポイントが使用された場合の情報（商品・サービス、交換した日付、ユーザのプロファイル等）を、自社商品の販売戦略やカスタマ・リレーション・マネジメント戦略に活用することができる。

【0048】

また本発明の販促ポイント交換取引システムの会員となるユーザにとっては、異なる事業者が発行するポイントを合算して利用することができるので少額のポイントでも無駄にしないで済む、ポイントの時価見積もりを行うことで購入したい商品・サービスの比較ができるので、より有利な購入・より効率的なポイントの使用が可能になる、等の効果がある。

【0049】

以上のように、本発明により実現される販促ポイント交換取引方法およびシステムの導入によって、従来にない商品・サービスの流通形態が生まれ、従来にな

い販促効果および流通活性化効果が生まれる。

【図面の簡単な説明】

【図 1】

本発明の販促ポイント交換取引システムにおける処理の流れを示す図である。

【図 2】

本発明の販促ポイント交換取引システムの実施の形態の構成を示す図である。

【図 3】

ユーザの会員登録の際に表示される画面の例である。

【図 4】

事業者の加盟登録の際の入力画面の例である。

【図 5】

事業者がポイントレート・テーブルを登録する際の入力画面の例である。

【図 6】

事業者がポイントレート・テーブルを登録する際の入力画面の例である。

【図 7】

ユーザへのポイント見積回答画面の例である。

【図 8】

ポイント交換取引データとして保存されるデータの例である。

【図 9】

会員がゲーミングサービスを受ける時の処理の流れを示す図である。

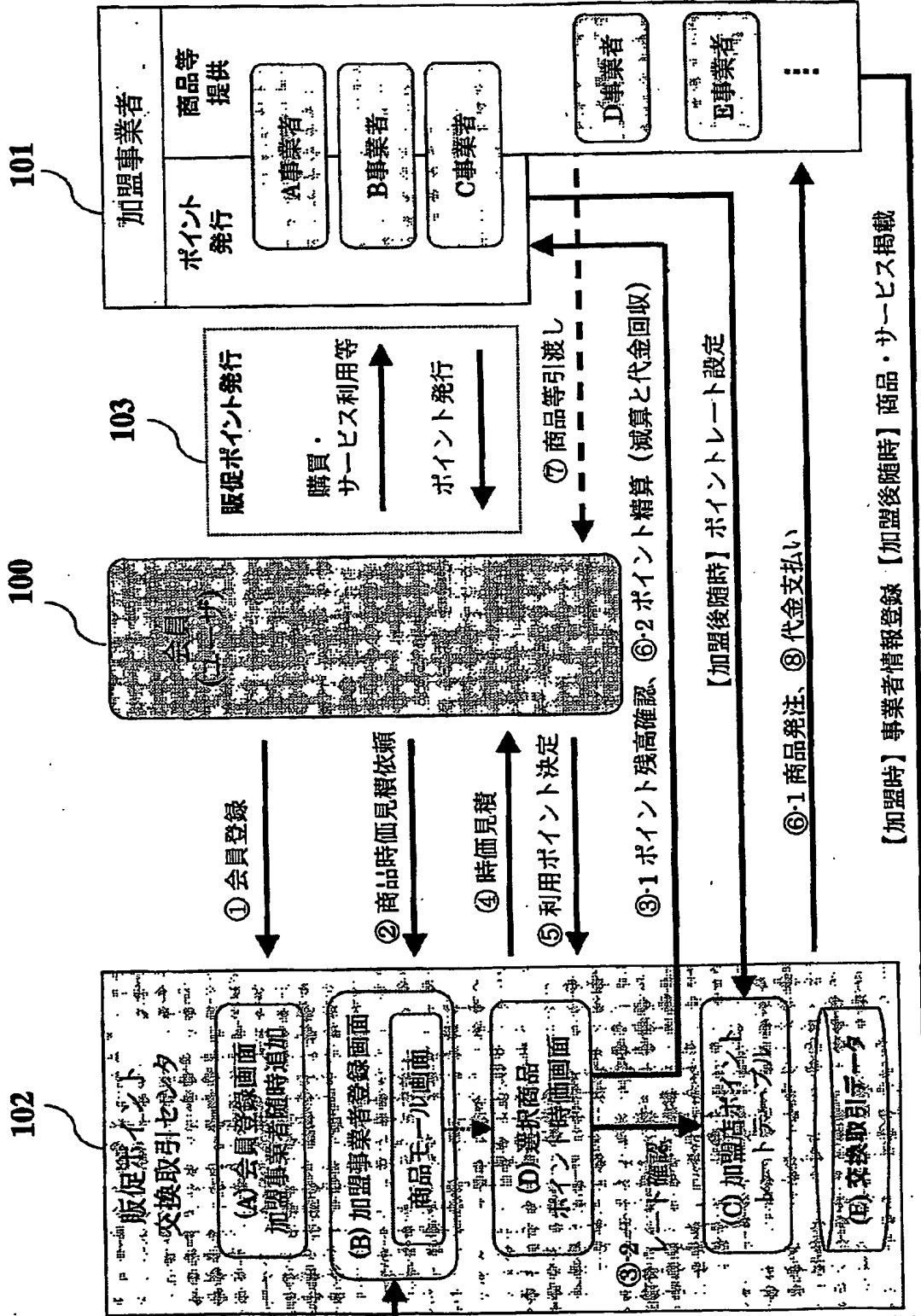
100	会員
101	加盟事業者
102	販促ポイント交換取引センタ
103	手順
200	販促ポイント発行・消費システム
201	店舗
202	販促ポイントクライアント装置
203	インターネット
204	ルータ

205	LAN
206	サーバ
207	記憶装置
208	情報入出力装置
209	ユーザ宅
210	PC
211	販促ポイント交換取引センタ
212	ルータ
213	LAN
214	販促ポイント交換サーバシステム
215	サーバ
216	記憶装置
217	情報入出力装置
218	ゲームサーバシステム
219	サーバ
220	記憶装置
221	LAN
222	ルータ
223	情報入出力装置
300	入会時、登録項目
301	加盟ポイントサービス登録
400	加盟事業者プロフィールデータ登録項目
401	加盟事業者商品・サービス内容情報
500	ポイント情報
501	基準交換価格
502	加盟企業業種別レート設定
600	商品・サービス個別事業者別レート設定
601	利用者別レート設定

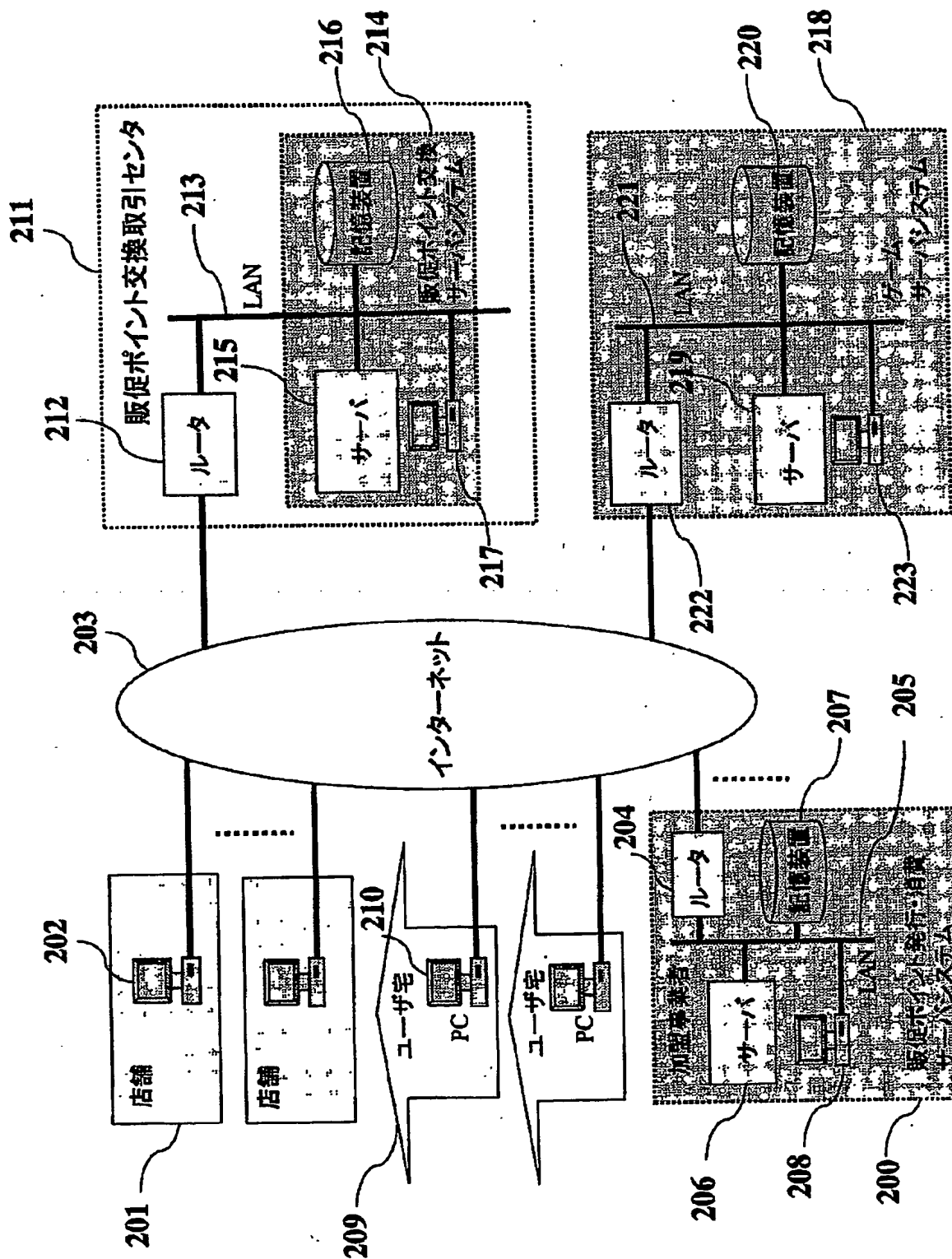
【書類名】

図面

【図 1】



【図2】



【図 3】

301

加盟ポイントサービス登録項目

取引システム会員ID番号

取引所会員パスワード

.....

加盟サービス ※ 選択

ID番号

パスワード

300

入会時、登録項目

ID番号

パスワード

メールアドレス

性別 ☐ 男性 ☐ 女性

生年 ☐ ~1930年
☐ 1931年~1940年
☐ 1941年~1950年
☐ 1951年~1960年
☐ 1961年~1970年
☐ 1970年~1980年
☐ 1981年~

居住地 都道府県

職業 会社員

結婚 ☐ 未婚 ☐ 既婚

趣味 (複数選択可) スポーツ

【図 4】

401

商品・サービス登録項目

企業名	
取引システム加盟ID番号	
.....	
商品・サービス名	※ 自動発行
商品・サービスID番号	
価格	
商品カテゴリ	
商品・サービスの特徴	

400

商品・サービス事業者登録項目

企業名	
取引システム加盟ID番号	
住所	
電話番号	
担当者	
メールアドレス	
ホームページアドレス	
ポイントサービス事業者	<input type="checkbox"/> 加盟 <input type="checkbox"/> 非加盟
業種(主な取扱商品)	
営業地域	
対象顧客層	
企業と商品等の特徴	

【図 5】

502

加盟企業業種別レート設定

同一業種	標準レート	設定レート
オーティオビジュアル		
チャリティー		
キャラクター		
ファッション		
産地直送品		
ヘルシーアンドビューティー		
ハウスキーピング		
キッズ		
キッチン		
スポーツアンドレジャー		
リビングアンドインテリア		
ミュージアムグッズ		
季節カタログ		
テーブルウェア		

500

ポイント情報

名称

標準発行条件

標準利用条件

特徴

501

標準交換価格 円/ポイント

※ 商品・サービスに対するポイントの価額は、

下記の計算式で算出される

ポイント価額 = ポイント数 × 標準交換価格
× 商品・サービス事業者レート × 利用者レート

【図 6】

600

商品・サービス個別事業者別シート設定

商品・サービス事業者	標準シート	設定シート
A社		
B社		
C社		
D社		
E社		
F社		
G社		
H社		
I社		
J社		
K社		
L社		
M社		

601

利用者別シート設定

利用者プロフィール	標準シート	設定シート
性別	選択	1
生年	選択	1
居住地	選択	1
職業	選択	1
結婚	選択	1
趣味	選択	1

【図 7】

ポイント時価見積									
見積商品名	商品コード	時価(円)	会員ID						
たこ焼きプレート		1,500							
ポイント事業者名	基準 交換価格	ポイント残高 (交換前)	商品レート	利用者レート	時価 (円)	利用ポイント 時価	ポイント残高 (交換後)		
A社	1	500	0.5	0.8	200	100	250		
B社	5	1,000	0.5	0.8	2,000	400	800		
C社	1	3,000	0.5	0.8	1,200	1,000	500		
D社	1	50	0.5	0.8	20		50		
E社	1	600	0.5	0.8	240		600		
F社	5	70	0.5	0.8	140		70		
G社	1	50	0.5	0.8	20		50		
H社	1	80	0.5	0.8	32		80		
合計					3,852	1,500			

【図 8】

交換取引データ

ポイント発行会社別 取引データ、見積データ

取引番号	月日	時間	商品 サービス	事業者	利用者プロフィール				ポイント 交換数	他のポイント 事業者(A・B・C・・・)
					性別	年代	居住	職業	結婚	趣味

見積番号	月日	時間	商品 サービス	事業者	利用者プロフィール				趣味
					性別	年代	居住	職業	結婚

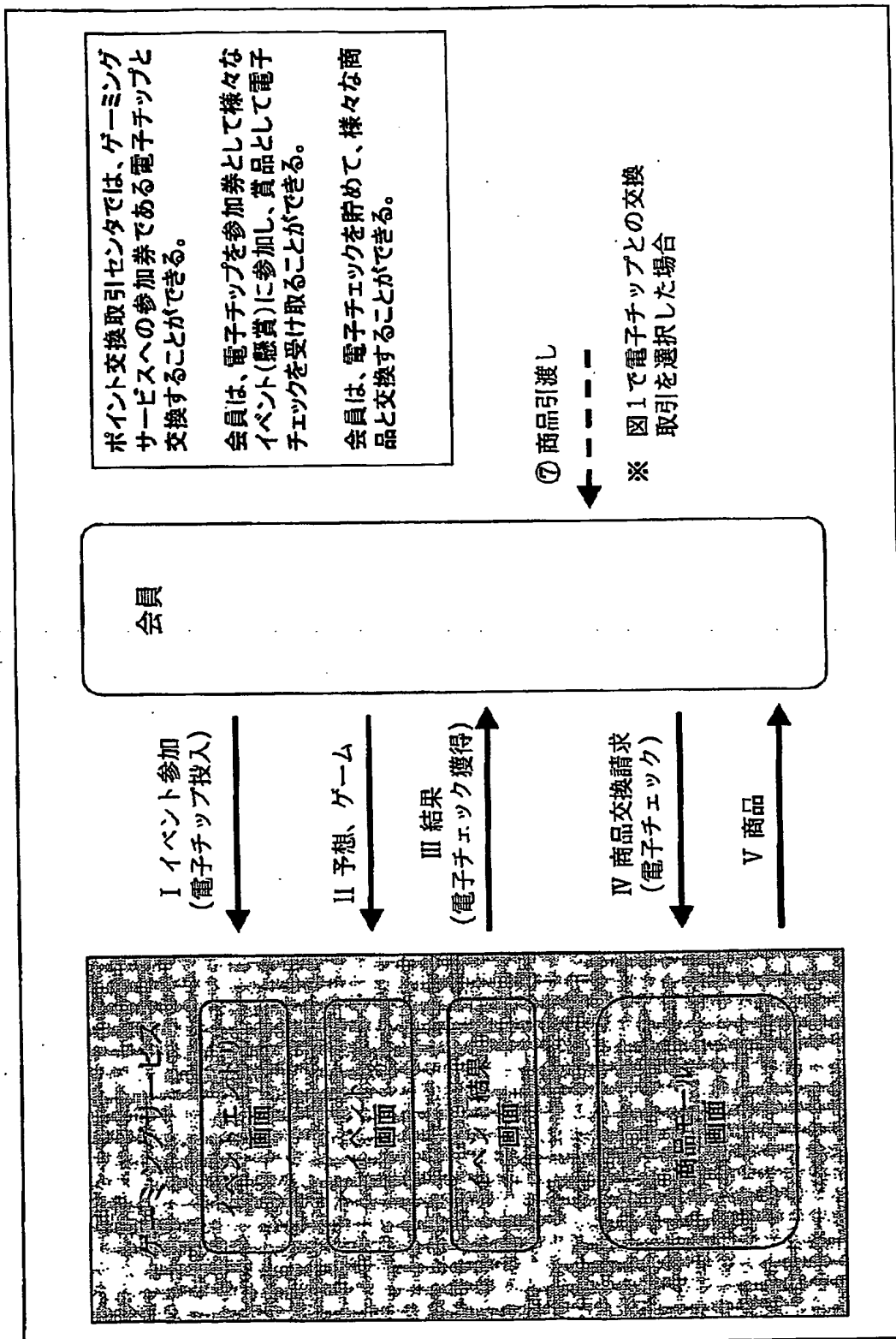
商品・サービス事業者別 取引データ、見積データ

取引番号	月日	時間	ポイント 事業者(A・B・C・・・)	利用者プロフィール				趣味
				性別	年代	居住	職業	結婚

商品・サービス事業者別 取引データ、見積データ

取引番号	月日	時間	ポイント 事業者(A・B・C・・・)	利用者プロフィール				趣味
				性別	年代	居住	職業	結婚

【図 9】



【書類名】 要約書

【要約】

【課題】 本発明の課題は、従来より一層柔軟かつ強力な販売促進効果を発揮することのできる、利便性の高い、販促ポイントの電子流通機能を実現することにある。

【解決手段】 本発明の販促ポイント交換取引方法およびシステムは、ユーザの端末操作に対し、販売店、メーカ又はそれらのグループ毎の所定の発行条件・消費条件に基づいて販売促進用のポイントを発行・消費する販促ポイント発行・消費サーバシステム200と、該ポイントをより広範囲に流通するポイントとして機能させるための、販促ポイント交換取引センタ211とを備える。該販促ポイント交換取引センタ211は、前記ポイントを発行する店舗、メーカ又はそれらのグループが任意に設定する前記ポイントの基準価格と、該販売店、メーカ又はそれらのグループが任意に設定する、自分又は自分のグループで消費されるポイントと自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントとの交換比率とを管理し、ユーザの要求に応じ、ユーザの求める商品・サービスとの交換に必要なポイント数を前記基準価格および交換比率をもとに算出して、これをもとに販促ポイントの交換取引を行なう。

【選択図】 図2

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号

[399029352]

1. 変更年月日 2000年10月30日
[変更理由] 住所変更
住 所 東京都中央区日本橋3丁目14番1号
氏 名 株式会社アクセルリンケージラボ
2. 変更年月日 2003年 1月21日
[変更理由] 住所変更
住 所 東京都中央区日本橋二丁目10番8号
氏 名 株式会社アクセルリンケージラボ